

# Son los “Gurus” del Vino Importantes en la determinación de su precio? Si

Mikel Tapia y Frederic Warcynski  
Departamento de Economía de la Empresa.  
Universidad Carlos III de Madrid.  
mikel.tapia@uc3m.es

## Introducción

El negocio del vino ha experimentado un gran auge económico a nivel mundial en los últimos años. Además una de las características importantes en el sector es la enorme variedad de bodegas zonas de producción y tipos de uvas existentes en los mercados mundiales.<sup>1</sup> Este gran número de productores y más importante aún de marcas y añadas en cada una de esas bodegas produce un problema de señalización y selección de vino por parte del consumidor.

Si solamente, nos fijamos en vino tinto, los consumidores se encuentran con una gran oferta de un producto relativamente homogéneo. Desde este punto de vista se hace necesaria la figura del catador o “guru” que nos proporcione información sobre cada uno de los vinos y añadas. De este modo el catador de vino se convierte en una pieza clave a la hora de determinar la colocación del vino y lo que es más importante su precio. Este trabajo es el primero en estudiar el fenómeno de señalización en un mercado tan diversificado y heterogéneo como es el sector vitivinícola.

El sector vitivinícola ha crecido de un modo muy importante en los últimos años. Un ejemplo es caso de la D.O.C de La Rioja. Las ventas en millones de litros han superado los 250 y el crecimiento en producción y tierra cultivada es importante. La tabla 1 recoge la media, desviación estándar y mediana de las variaciones anuales del Total Ventas en Litros, Barricas y Superficie de Viñedo Productivo

Tabla 1

	Media	Stdv	Mediana
Total Ventas	7.56%	0.155	7.60%
Barricas (en miles)	5.31%	0.060	2.82%
Superficie de Viñedo Productivo	2.18%	0.017	2.30%

Fuente Consejo Regulador de D.O.C Rioja

Podemos observar como el aumento en todos los conceptos es importante especialmente en el total de ventas. El estudio del impacto de la valoración de los vinos españoles en el precio esta teóricamente sustentado por la necesidad de obtener información independiente sobre la calidad del vino. Este tipo de análisis es similar en espíritu al de valorar el impacto que pueda tener el análisis de las empresas de rating sobre la TIR de las emisiones de deuda con riesgo o sobre la valoración de nuevas emisiones. En principio este análisis tiene dos vertientes. La primera de ellas es estática, es decir, mirar si existe una relación estadísticamente significativa y contemporánea entre las valoraciones de las guías de vinos en referencia al precio de los mismos. La segunda es dinámica, es decir, el objetivo es analizar el impacto que tiene el cambio de la valoración en el precio del vino. Para ambas aproximaciones un análisis adicional es mirar distintas zonas productoras y distintas guías. El objetivo del presente trabajo esta circunscrito a una guía, la Guía Campsa, para un análisis contemporáneo.

Desde el punto de vista académico, una corriente reciente de literatura ha estimado el efecto de de las calificaciones de los expertos sobre el precio de los vinos. Hadj Ali et al. 2005 y Dubois y Nauges (2005) son dos buenos ejemplos. Estos trabajos estudian el impacto de las calificaciones de Robert Parker en los precios de vinos jóvenes sin calificar de la región de

---

<sup>1</sup> Dos ejemplos de esta gran variedad son: (i) Robert Parker, uno de los gurus de vino más importantes, tiene catalogadas mas de treinta zonas productoras de vino (ii) la D.O.C. de Rioja tiene mas de 500 bodegas productoras de vino.

Burdeos. El resultado principal de ambos trabajos es que las calificaciones de Parker tienen un claro efecto en los precios y que este efecto depende de la nota recibida.

Nuestro trabajo difiere frente a los anteriormente citados en dos aspectos. En primer lugar, analizamos vino españoles con calificaciones recibidas de la Guía Campsa. En segundo lugar no nos limitamos a una única región sino que analizamos diversas regiones productoras de vino. Este análisis nos permitirá observar las diferencias entre las distintas regiones y sus posibles efectos en los precios.

### Base de datos y resultados

Los datos recogidos en este trabajo se han obtenido de la Guía Campsa de 2005. la Guía Campsa proporciona información sobre una serie de parámetros para cada una de las características de los vinos analizada. Entre la información que vamos a utilizar la Guía Campsa proporciona entre otras la Marca del vino, Bodega, Denominación de Origen, Año, Tipo de Uva o Uvas utilizada, Temperatura de Servicio, Aroma y Precio y Puntuación. Para toda la base de datos y dado el objetivo del trabajo debemos indicar que nos hemos centrado en unas Denominaciones de Origen específicas españolas para vinos tintos jóvenes, crianzas y Reservas y Grandes Reservas. Concretamente las Denominaciones de Origen analizadas han sido Rioja, Ribera, Alicante, Bierzo, Navarra, Priorato, Somontano. Dada la diferencia en producción de cada una de las zonas, las observaciones de cada zona no es simétrica siendo Rioja y Ribera las de mayor número de observaciones.

La siguiente tabla recoge la media, mediana, la desviación estándar y el número de observaciones para el conjunto de la muestra y para cada una de las zonas productoras analizadas.

Tabla 2

Precio						
	Media	Mediana	Máximo	Mínimo	Desv. Est..	Obs.
España	23.50	14.00	912.00	2.34	51.61	427
Rioja	31.07	18.00	912.00	2.90	86.77	110
Ribera	24.05	15.12	191.40	2.45	27.84	160
Alicante	9.04	7.85	18.00	2.80	5.58	14
Bierzo	18.44	12.00	100.00	3.80	21.34	25
Navarra	10.36	7.30	36.00	2.34	8.00	65
Priorato	44.64	28.50	397.00	6.50	76.71	24
Somontano	15.00	10.00	66.00	4.00	14.69	29
Puntuación						
	Media	Mediana	Máximo	Mínimo	Desv. Est..	Obs.
España	90.07	90.00	98.00	85.00	2.06	427.00
Rioja	90.41	90.00	96.00	86.00	1.96	110.00
Ribera	90.46	90.00	98.00	86.00	1.95	160.00
Alicante	89.36	90.00	92.00	87.00	1.82	14.00
Bierzo	90.44	91.00	94.00	87.00	1.78	25.00
Navarra	88.60	89.00	95.00	85.00	1.91	65.00
Priorato	90.54	90.00	94.00	86.00	1.84	24.00
Somontano	89.62	89.00	94.00	86.00	2.38	29.00

Podemos destacar diversos resultados de la tabla. En primer lugar, debemos destacar la elevada puntuación de los vinos incluidos en la muestra, para toda la muestra de vinos la mediana es de 90 y la desviación estándar es de 2.06. Adicionalmente, destaca la calidad media superior del Bierzo por tener una mediana superior a las demás zonas y una desviación estándar menor.

Para realizar el análisis vamos a utilizar datos cuantitativos como son precios y puntuaciones y cualitativos como son variable dummy relacionadas con la zona o el tipo de vino (joven crianza o reserva). Además, utilizamos los datos transformados en logaritmos para normalizar su distribución y eliminamos de la muestra aquellas observaciones que exceden en dos veces la desviación estándar para evitar que observaciones extremas influyan en la estimación.<sup>2</sup> Debemos señalar que el número de observaciones extremas es muy reducido.

La regresión que vamos a realizar viene dada por

<sup>2</sup> Ver Green

$$\log(P) = \alpha + \beta \log(Punt)$$

Este análisis lo realizamos para la muestra conjunta y para cada una de las zonas geográficas de producción. Los resultados están recogidos en la siguiente tabla.

Tabla 3  
Regresiones Individuales  
 $\log(P) = \alpha + \beta \log(Punt)$

	Constante	t-ratio	Puntuación	t-ratio	R2- Aj	Obs
España	-70.79	-10.81	16.31	11.21	0.22	408
Alicante	-59.29	-1.61	13.64	1.67	0.09	14
Bierzo	-96.67	-3.49	22.01	3.58	0.25	24
Navarra	-50.56	-2.94	11.74	3.06	0.12	65
Priorato	-53.54	-1.64	12.60	1.74	0.12	23
Rioja	-56.55	-4.02	13.19	4.23	0.17	107
Ribera	-91.84	-8.06	20.99	8.30	0.28	154
Somontano	-36.84	-1.71	8.74	1.82	0.09	29

Entre los resultados debemos destacar como en agregado la puntuación tiene un signo positivo y es estadísticamente significativo. Esto mismo ocurre en todas las zonas a excepción de Alicante donde el coeficiente no es significativo al 10%. Si miramos la cuantía de los coeficientes destacan Ribera de Duero y Bierzo como las zonas donde la puntuación tiene un mayor impacto, frente por el ejemplo a Rioja o Somontano.

Una vez realizado este análisis y para el conjunto de la muestra analizamos si las puntuaciones afectan de modo distinto a los diferentes tipos de vino.

$$\log(P) = \alpha + \beta_1 \log(Punt) + \beta_2 D_{Reserva} + \beta_3 D_{Crianza} + \beta_4 D_{Joven} + \beta_5 D_{Reserva} \log(Punt) + \beta_6 D_{Crianza} \log(Punt) + \beta_7 D_{Joven} \log(Punt)$$

Este análisis proporciona coeficientes distintos para cada uno de los tipos de vino analizados. Además, el análisis nos indica si los coeficientes son estadísticamente diferentes de cero pero no si los coeficientes son estadísticamente diferentes entre ellos.

Tabla 4  
Regresión por tipo de vino  
 $\log(P) = \alpha + \beta_1 \log(Punt) + \beta_2 D_{Reserva} + \beta_3 D_{Crianza} + \beta_4 D_{Joven} + \beta_5 D_{Reserva} \log(Punt) + \beta_6 D_{Crianza} \log(Punt) + \beta_7 D_{Joven} \log(Punt)$

	Constante	t-ratio	Puntuación	t-ratio	R2- Aj	Obs
Reserva	-47.55	-5.69	11.21	6.05	0.20	160
Crianza	-67.11	-5.74	15.49	5.96	0.20	173
Joven	-48.84	-3.71	11.28	3.84	0.14	75

Los resultados muestran como una puntuación mas alta afecta mas al precio de los crianzas que a los reservas y a los jóvenes. Dado el número de observaciones, podemos comparar reservas frente a crianzas y las diferencias muestran como el impacto es menor en los reservas. Debemos señalar que los coeficientes son significativamente distintos de cero pero no lo son cuando los comparamos entre ellos a través de un análisis con variable dummy.

Una vez realizado este análisis vamos a recuperar el precio medio dado por las regresiones tanto para vinos por zonas productoras como para tipo de vino. Para ellos calculamos

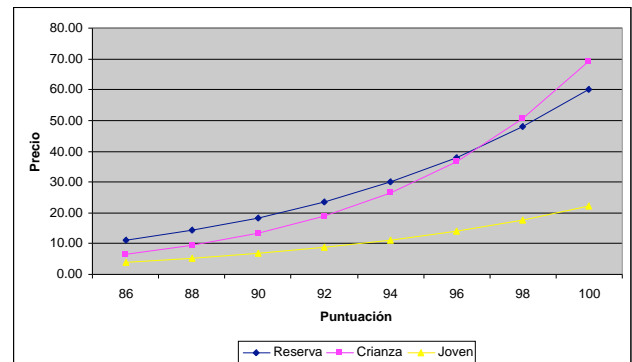
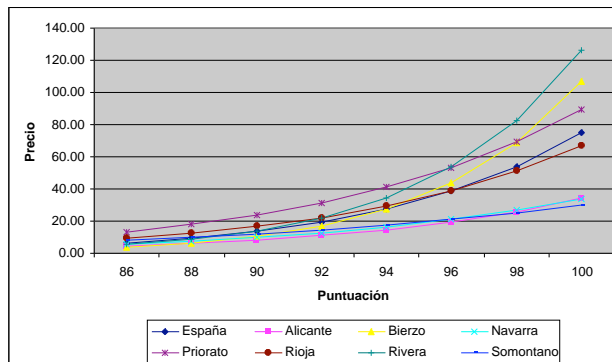
$$PEstimado = \alpha + \hat{\beta} \log(Punt)$$

donde la puntuación será desde 86 hasta 100.

Tabla 5  
Cálculo de Precio Estimado

Puntuación	86	88	90	92	94	96	98	100
España	6.42	9.34	13.47	19.28	27.38	38.59	54.02	75.11
Alicante	4.36	5.97	8.12	10.95	14.69	19.57	25.93	34.16
Bierzo	3.88	6.43	10.54	17.10	27.45	43.63	68.69	107.15
Navarra	5.75	7.54	9.81	12.71	16.36	20.94	26.68	33.83
Priorato	13.36	17.85	23.69	31.25	40.97	53.42	69.28	89.36
Rioja	9.11	12.34	16.60	22.18	29.46	38.89	51.04	66.63
Ribera	5.33	8.63	13.84	21.95	34.48	53.65	82.71	126.40
Somontano	8.06	9.86	12.00	14.54	17.54	21.09	25.25	30.13
Reserva	11.06	14.31	18.42	23.56	29.99	37.98	47.86	60.03
Crianza	6.68	9.54	13.52	19.00	26.51	36.73	50.56	69.14
Joven	4.06	5.27	6.79	8.69	11.08	14.05	17.73	22.27

Gráficamente



Respecto a las zonas debemos señalar como tanto para Bierzo como para Ribera de Duero las puntuaciones tienen un mayor impacto de modo que por ejemplo para más de 92 puntos los precios del Ribera de Duero y del Bierzo superan al de Rioja. También debemos señalar como un crianza de muy alta puntuación debe tener un precio superior al reserva.

## Conclusiones

El interés y la importancia económica del sector han provocado un crecimiento espectacular en especialización, mejora del proceso productivo y calidad de los vinos. Además es patente el indudable crecimiento de la cultura del vino y el interés del consumidor medio por la calidad de las marcas y añadas. Sin embargo la gran cantidad de bodegas y especialmente de marcas hace necesaria la intervención de catadores que permitan evaluar a priori la calidad de los vinos. Es en este entorno en el cual personas o compañías que realizan catas y evaluaciones de vinos cobran una importancia indudable. Guías como la "Guía Peñín", la "Guía Proensa de los mejores vinos de España" o evaluaciones como las de Robert Parker deberían ser fundamentales para las compañías vitivinícolas a la hora de establecer el rango de precios sobre el que vender sus productos.

En este trabajo realizamos una primera aproximación al problema analizando la relación existente entre las evaluaciones y comentarios de los especialistas en vino y el precio de los mismos. La hipótesis a contrastar es medir esta relación para distintas regiones vitivinícolas y observar los resultados.

Los resultados iniciales muestran como la hipótesis inicial es cierta: las buenas evaluaciones tienen un impacto significativo en el precio del vino que se evalúa. Además, podemos señalar como el impacto depende de la zona entre las que destacan el Bierzo y Ribera de Duero. Adicionalmente los resultados muestran como los crianzas tienen una valoración más baja, pero como el aumento de valoración hace que incluso puedan superar a los reservas.

## Bibliografía

Dubois, P. y C. Nauges, 2005. Identifying the Effect of Unobserved Quality and Experts' Reviews in the Pricing of Experience Goods: Empirical Application on Bordeaux Wine.

Hadj Ali, H. S. Lecocq y M. Visser, 2005. The impact of gurus: Parker grades and en primeur wine prices.